

Til gengæld synes beskrivelsen af det »miljø«, som marketing-modeller skal udføres i, temmeligt omlattende. Man beskæftiger sig således med sociologi, psykologi og økonomiske aspekter samt med lovgivningsmæssige og etiske begrænsninger plus konkurrenceforhold, teknologisk udvikling og visse institutionelle faktorer.

På handlingsparameter-siden beskæftiger man sig med marketing-research, salgsindsats, distribution, produktudvikling, prislebæring og marketing-strategi.

De udvalgte artikler er gennemgående meget korte. De er allesammen 100 procent verbale, og der er gennemgående tale om en præsentation af problemstillinger mere end der er tale om mulighed for normative løsninger.

Det er muligvis en bog man kan drage nytte af for eksterne kurser i marketing.

**Ernest Dichter, Handbook of Consumers Motivations, McGraw-Hill Book Company, 1964. 80 sh.**

Dichter's præliminære skrifter med påfølgende mange, mange praktiske erfaringer med hensyn til at anvende motivationspsykologi i afsætningsøjemed, har i denne håndbog nået sin hidtil klareste og mest velklassificerede udformning.

Bogen er ganske simpelt en beskrivelse af regulære cases, altså forhold hvor man har anvendt motivationspsykologi direkte for afsætning af et konkret produkt.

Nærværende anmelder har på fornemmelsen, at motivations-psykologiens anvendelse i marketing-øjemed i denne bog måske har nået et højdepunkt, som næppe kan blive overgået. Der har vel bredt sig en almindelig erkendelse af, at motivations-psykologien skal suppleres med en række andre handlings-parametre for at få virkning, og at den er ét men stundom nyttigt element i markedsføring af en vare.

**Dick Ramström, Administrativa processer, Företagsekonomiska institutionen vid Uppsala Universitet, Bonniers, Stockholm, 1965. 108 s.**

Dick Ramströms bog (anmeldt i Erhvervsøkonomisk Tidsskrift nr. 4, 1964) er nu kommet i 2. udgave. Bogen har været en klar nr. 1 på hit-listen indenfor skandinavisk organisations- litteratur, hvad der fuldstændigt svarer til vor bedømmelse af den i første anmeldelse. Anden udgaven adskiller sig ikke meget fra første, men Ramström har ført litteraturen up to date og har skrevet en meget klar introduktion til denne udgave, hvor han meget kort resumerer den sammenfatning han allerede har lavet i bogen samt sætter den i relation til den seneste udvikling indenfor organisations-teori.

**Robert Wright, Investment Decision in Industry, Chapman and Hall, London, 1964, 170 s., 28 sh.**

Nærværende fremstilling er en original diskussion af investeringskriterier, en iøvrigt løbende diskussion, som vi har manglet en systematisering af. En sådan systematisering synes at foreligge her.

Et særligt aspekt i oplægget er, at forfatteren arbejder med flere målsætninger for en investering og ikke anser det for nødvendigt at sammenveje disse til en enkelt nyttefunktion for at få en afgørelse frem på, hvilken investering der er den gunstigste. Dette er en nydannelse i investeringsteorien.

**James W. Prichard, Robert H. Eagle, Modern Inventory Management. John Wiley & Sons Ltd., London, 1965, 419 s., 95/- sh.**

Nærværende bog om moderne lager-teori er temmelig komplet, når det drejer sig om en oversigt over de simple og meget anvendte lagermodeller. Det er en god introduktion til lagermodelområdet og kan anbefales i bred almindelighed for læsere af dette tidsskrift.